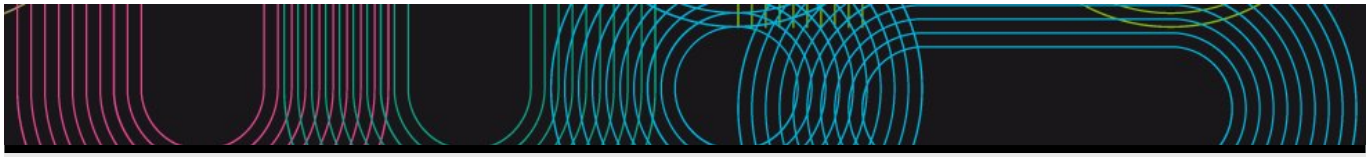

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Mercadotecnia pública e do sector non lucrativo				
Materia	Mercadotecnia pública e do sector non lucrativo			
Código	P04G091V01603			
Titulación	Grao en Dirección e Xestión Pública			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego Inglés			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Pita Castelo, Jose			
Profesorado	Dopico Parada, Ana Isabel Pita Castelo, Jose			
Correo-e	jpita@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Coñecer os fundamentos teóricos e prácticos do marketing e as estratexias de marketing aplicadas ao sector público e non lucrativo, así como os instrumentos de xestión de marketing público e marketing-mix público. Coñecer técnicas de xestión de marketing público: segmentación de mercados, posicionamiento, investigación de mercados, etc., e as técnicas de marketing relacional dirixidas aos clientes e usuarios do servicio público.			

Competencias	
Código	
B1	Habilidades na procura de información, en relación con fontes de información primarias e secundarias, incluíndo o uso de computadores para procuras en liña
B3	Capacidade de escoita, de lectura comprensiva e habilidades de comunicación oral e escrita
D1	Capacidade de análise e síntese para a elaboración e defensa de argumentos
D12	Capacidade de iniciativa e espírito emprendedor

Resultados de aprendizaxe				
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Desenrolo das Habilidades na búsqueda de información, en relación con fontes de información primarias e secundarias, incluindo ol uso de ordenadores para búsquedas en línea		B1		
Desenrolo da Capacidade de escucha, de lectura comprensiva e habilidades de comunicación oral e escrita	A2 A5	B1 B3	C2 C3 C5 C9	D1 D4
Desenrolo do conhecemento dos fundamentos teóricos e prácticos do marketing-mix público e do sector no lucrativo	A2 A3 A4	B1	C10	
Desenrolo da Capacidade de análisis e síntesis para a elaboración e defensa de argumentos	A2 A3 A4		C1 C2 C5	D1
Desenrolo da Capacidade de iniciativa e espíritu emprendedor	A2 A3 A4		C1 C2 C5	D12

Contidos

Tema	
Tema 1.- INTRODUCCIÓN, CONCEPTOS E CONTIDOS BÁSICOS DO MARKETING PUBLICO	1.1. O concepto de marketing, a súa evolución e contido. 1.2. O marketing e a xestión pública 1.3. Diferentes Orientacións na Dirección de Organizacións. Características da Orientación ao Mercado 1.4. O valor e a satisfacción do consumidor. 1.5. O marketing de Relacions ¿Un novo Paradigma?. 1.6. O Sistema de Información de Marketing 1.7. O proceso de investigación do mercado público
Tema 2.- A PLANIFICACIÓN ESTRATÉXICA DO MARKETING PÚBLICO	2.1. A Planificación Estratéxica nas Organizacións públicas e sin animo de lucro 2.2. O Plan Estratéxico. 2.4. O Marketing e a Planificación Estratéxica pública 2.5. O Plan de Marketing público
Tema 3.- O ENTORNO E O MERCADO PÚBLICO.	3.1. O concepto de mercado. 3.2. Tipoloxía dos mercados públicos 3.3. A delimitación do mercado das organizacións públicas e sen ánimo de lucro. 3.4. O microentorno e o macroentorno do marketing público.
Tema 4.- O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PÚBLICO	4.1. O comportamento do consumidor: a súa importancia para o marketing. 4.2. O proceso de decisión de compra e a súa tipoloxía. 4.3. Determinantes internos e externos do comportamento de compra. 4.4. Modelos que explican a conducta do consumidor.
Tema 6.- O MARKETING MIX DO SECTOR PUBLICO E DAS EMPRESAS SEN ANIMO DE LUCRO	6.1 O producto no sector público 6.2 O prezo no sectotor público 6.3 O acercamento psicológico 6.4 A distribución no sector público

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	10	20	30
Seminario	10	15	25
Resolución de problemas	5	10	15
Lección maxistral	25	50	75
Exame de preguntas obxectivas	5	0	5
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.			

Metodoloxía docente	
	Descrición
Estudo de casos	Análisis dun feito, problema o suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo e reflexionar sobre o mesmo para potenciar e completar coñecimentos. O profesor indicará ao alumno as preguntas e/o material necesario para que poda elaborar informes coas sus respostas.
Seminario	Seminarios de temas clave
Resolución de problemas	Resolucion de problemas planteados en clase
Lección maxistral	Clase presencial de exposición dos contenidos teóricos da asignatura, impartida polo profesor/a a totalidade do alumnado. Recomiendase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor e que consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacions e participar activamente nas cuestions e preguntas planteadas ao longo da clase.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**

Lección maxistral	Entrevistas personales con el alumno para solucion de problemas concretos. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL: 1. Leer con atención y en caso de duda contactar con el Coordinador Grado Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr. Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es) 2. Las cuestiones básicas referidas a la metodología de aprendizaje y a la evaluación del mismo se recogen en el Paso 7 "Evaluación". 3. En el apartado "Otros comentarios y segunda convocatoria", se plantea la estructura de aprendizaje, los soportes virtuales y la valoración de cada uno de ellos. Pto de atención de semipresencialidade. Ao inicio de cada cuadrimestre, a Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación fixará un espazo estable para realizar as actividades de seguimento e evaluación continua que se diseñen por parte do tutor de cada materia. En dito espazo o alumnado disporá de ordenadores con conexión a internet, para o correcto desenrolo do proceso de aprendizaxe.
Estudo de casos	Entrevistas personales con el alumno para solucion de problemas concretos. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL: 1. Leer con atención y en caso de duda contactar con el Coordinador Grado Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr. Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es) 2. Las cuestiones básicas referidas a la metodología de aprendizaje y a la evaluación del mismo se recogen en el Paso 7 "Evaluación". 3. En el apartado "Otros comentarios y segunda convocatoria", se plantea la estructura de aprendizaje, los soportes virtuales y la valoración de cada uno de ellos. Pto de atención de semipresencialidade. Ao inicio de cada cuadrimestre, a Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación fixará un espazo estable para realizar as actividades de seguimento e evaluación continua que se diseñen por parte do tutor de cada materia. En dito espazo o alumnado disporá de ordenadores con conexión a internet, para o correcto desenrolo do proceso de aprendizaxe.
Resolución de problemas	Entrevistas personales con el alumno para solucion de problemas concretos. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL: 1. Leer con atención y en caso de duda contactar con el Coordinador Grado Dirección y Gestión Pública, Prof. Dr. Enrique José Varela Álvarez (evalvarez@uvigo.es) 2. Las cuestiones básicas referidas a la metodología de aprendizaje y a la evaluación del mismo se recogen en el Paso 7 "Evaluación". 3. En el apartado "Otros comentarios y segunda convocatoria", se plantea la estructura de aprendizaje, los soportes virtuales y la valoración de cada uno de ellos. Pto de atención de semipresencialidade. Ao inicio de cada cuadrimestre, a Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación fixará un espazo estable para realizar as actividades de seguimento e evaluación continua que se diseñen por parte do tutor de cada materia. En dito espazo o alumnado disporá de ordenadores con conexión a internet, para o correcto desenrolo do proceso de aprendizaxe.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Estudo de casos	Realización de casos vistos en clase	20	B1 B3	D1 D12
Resolución de problemas	Realización de exercicios vistos en clase	20	B1 B3	D1 D12
Exame de preguntas obxectivas	Exámenes tipo test o de resposta curta. Non de tema a desenrolar. Probas para evaluación de competencias adquiridas que incluen preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadeiro/falso, elección múltiple, emparellamiento de elementos...). Os alumnos seleccionan unha/s resposta/s entre un número limitado de posibilidades. As respostas erroneas penalizan.	60	B1 B3	D1 D12

Outros comentarios sobre a Avaliación

AVALIACIÓN CONTINUA: Para aprobar a asignatura requierese satisfacer dos condicións: (1) obter unha puntuación mínima de 5 puntos no conxunto das probas a evaluar e (2) obter como mínimo 4 puntos nas probas tipo test (puntuado sobre 10).

A asistencia a clase e a realización das tarefas propostas polo profesor (casos, exercicios, supostos, exposicións, memorias, exámenes eliminatorios...) e obligatoria e poderá variar entre os distintos grupos. A puntuación obtida pola participación así como a realización e entrega de todas aquelas tarefas establecidas polo profesor, mantense nas convocatorias de Xuño e Xulio pero NON gardaránse para cursos sucesivos.

Aqueles alumnos que non cumplan os requisitos exixidos de participación e/o asistencia á materia así como de entregas de tarefas propostas e, por tanto, non superen a asignatura terán dereito a un examen, que non necesariamente coincidirá co examen do resto dos alumnos.

AVALIACIÓN NON CONTINUA: Os alumnos serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos, que non necesariamente coincidirá co resto dos alumnos. Neste caso, os alumnos deben indicar expresamente o seu desexo de non seguir a evaluación continua a principio de curso (durante o primeiro mes do semestre)

GRUPO EN INGLES: O tamaño máximo do grupo de inglés será de 20 alumos ou o 50% dos alumnos matriculados, o primeiro límite que se alcance. De ser necesaria unha selección o profesor establecerá os criterios de selección basados coñecemento acreditado da lingua e orde de solicitud.

Os alumnos de movilidade internacional terán dereito a realización da evaluación continua a partir do momento da sua incorporación

Os exames oficiais da materia realizaránse nas datas, lugares e horas designadas polo Decanato e publicadas ao efecto nos lugares e plazos establecidos

AVALIACIÓN SEGUNDO O REGULAMENTO DA MODALIDADE SEMIPRESENCIAL.

Art.6.-Evaluación. En la guía docente de la materia, deberá estar claramente especificado el tipo de evaluación y su puntuación. En el cronograma de la asignatura deberán estar señaladas las fechas en las que deben estar realizadas y entregadas las pruebas y/o la fecha de la prueba final en el caso de establecerse. El profesorado procurará, en la medida de lo posible, que la evaluación de la asignatura se realice en su totalidad de manera continua y virtual, sin prueba final presencial. En todo caso, es obligatorio que la evaluación continua online suponga al menos el 40% de la nota, y la prueba final (que podrá exigirse en su modalidad presencial) suponga como máximo el 60% de la nota total de la asignatura. En el caso de que esté prevista la realización de una prueba final de manera presencial, ésta coincidirá con la fecha y hora fijada en el calendario del Centro (la misma fecha que para el alumnado de la modalidad presencial)

METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN DE LA MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

1. Leer con atención y en caso de duda consultar con el Coordinador del Grado en Dirección y Gestión Pública.

2. Cuadro básico de "metodología" y "evaluación" de la materia (en caso de duda, consultar con el/a responsable de la materia):

1. Aprendizaje con apoyo del tutor:

1.1 Apoyo docente: 10 horas

1.2 Foro de dudas por temas (on line): 8 horas web materia - Faitic

1.3 Foro de debate por temas (on line): 8 horas web materia - Faitic

NORMAS BÁSICAS DE SEMIPRESENCIALIDAD:

1. El alumnado matriculado en la modalidad semipresencial se compromete con el equipo docente a seguir un régimen de

"evaluación continua semipresencial", que implica la participación presencial o virtual en las actividades que el profesorado diseñe para dicha modalidad.

2. La modalidad semipresencial supone la evaluación continua del aprendizaje del alumnado, a tal fin se establece con carácter general, que la prueba final tendrá lugar la última de las 6 sesiones de seguimiento, bien de forma presencial (aula Facultad CCSSC), bien de forma virtual (Skype o sistema similar Hangout).

3. El alumnado que no participe en más del 80% de las actividades de evaluación continua semipresencial propuestas por el profesorado, será evaluado según los criterios que establezca el equipo docente en cada materia.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Kotler, P., **Principles of Marketing**, 2014,

Kotler, P., **Introducción al Marketing**, 2000,

Bibliografía Complementaria

Lee and Kotler, **Marketing in the Public Sector: A Roadmap for Improved Performance**, 2006,

Lee y Kotler, **Marketing en el secor publico...**, 2007,

Recomendacións

Outros comentarios

Las modalidades presencial y semipresencial del Grado en Dirección y Gestión Pública, comparten un mismo plan de estudios, cuyas materias (de 1º a 4º) ayudan a desarrollar un aprendizaje de competencias basado en la evaluación continua.